

Abstrak

Tujuan penelitian ialah untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh Citilink Indonesia melalui *special event Citilink Travel Fair 2012* sehingga dapat mengelola citra Citilink Indonesia. **Metode penelitian** yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana *special event* dapat mengelola citra. Metode ini lebih menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah atau dapat melakukan wawancara langsung dengan para informan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. **Hasil yang dicapai** adalah melalui *special event Citilink Travel Fair 2012* yang berisi beberapa kegiatan seperti peluncuran seragam pramugari baru, livery baru, penawaran promo tiket yang menarik masyarakat untuk berpartisipasi yang menghasilkan hasil diluar harapan, jumlah pengunjung dan pembelian diluar harapan. **Simpulan** yang diambil adalah Strategi Public Relations melalui *special event Citilink Travel Fair 2012* oleh Citilink Indonesia sangat dapat mengelola citra perusahaan dengan baik.

Kata Kunci :

Public Relations, Strategi *Public Relations*, Citilink Indonesia, *Special Event*, Citilink Travel Fair 2012, Citra Perusahaan